

Olvass a sorok között!

Útmutató tanárok számára

A dőlt betűvel szedett szövegek az online felületen is olvashatóak, a feladatok részét képezik.

Nap mint nap mindenhol érkezik hozzánk az információ: barátaink véleményétől a médiáig (a televízió- és rádióadások, a különböző kiadványok és az internet – de még a reklámok is ide tartoznak). Nap mint nap döntéseket hozunk a hozzánk eljutó médiával kapcsolatban, ami hatással van arra, hogyan látjuk a minket körülvevő világot. De olyan is van, hogy elzárkózunk valamtól. Nézzük meg az általunk megteremtett „buborékokat”! Hogyan szűrhetjük meg az üzeneteket, és hogyan lehetünk kritikusak?

Célok

Ezen a tanulási útvonalon a diákok:

- Átgondolják, hogy ők és a tanulótársaik milyen médiumokat használnak, és ez milyen hatással van rájuk.
- Megvizsgálják a sztereotípiák fogalmát, és átgondolják, milyen kapcsolat van a sztereotípiák és az előítéletek között.
- Megvizsgálják a sztereotípiák és a reklám kapcsolatát.
- Aktív olvasási és hallási készségeiket felhasználva próbára teszik a reklámokban megjelenő embercsoportokkal kapcsolatos előfeltevéseiket.
- Megtanulják, milyen eszközöket használ a propaganda.

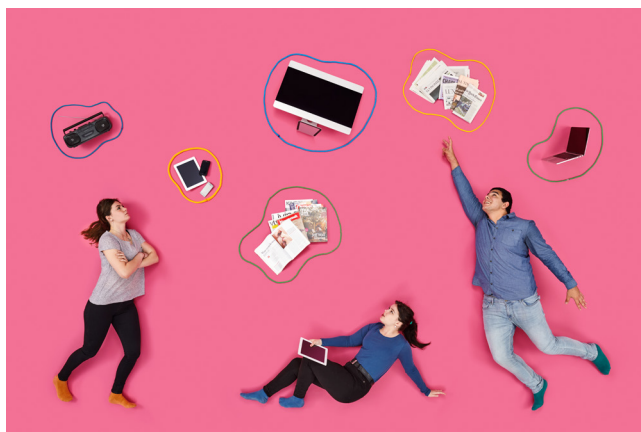
Stuktúra

Az Olvass a sorok között tanulási útvonalon három pálya (tanóra) van, és mindegyik több lépésből áll.

1. pálya: A tanulók elemzik és összehasonlítják egymással saját médiahasználatukat.

2. pálya: A tanulók megvizsgálják, hogy a médiában miként jelennek meg a sztereotípiák és azok hogyan befolyásolják azt, ahogy a világot és a körülöttük lévő embereket látják.

3. pálya: A tanulók történelmi és kortárs példákon keresztül vizsgálják meg a propaganda működési mechanizmusát, valamint azt, hogy miként befolyásolja mindez akár őket magukat is.



Munkaformák és jelöléseik

A tanulási útvonalon a tanulók gyakran dolgoznak párban, kisebb csoportban, vagy egész osztályban beszélnek meg egy-egy témát.

Egyéni munka

A kérdések önálló megválaszolása időt enged arra, hogy a tanulók személyes válaszokat fogalmazzanak meg.

Páros munka

A témák párokban történő megbeszélése mindenkinek lehetőséget ad arra, hogy hangot adjon véleményének és egy emberrel megvitathassa azt.

Csoportmunka

A témák kisebb csoportokban történő megbeszélése lehetőséget ad arra, hogy a tanulók több véleményt meghallgassanak, valamint megfelelő teret biztosítanak arra, hogy azok a tanulók is kifejezzék gondolataikat, akik nem szeretnek nagy csoportban megnyilvánulni.

Osztálymunka

Az egész osztályos megbeszélések lehetővé teszik, hogy a diákok közösen átgondolják és megismerjék egymás munkáit, valamint a tanár is lehetőséget kap arra, hogy összegezze a legfontosabb eredményeket.

1. Pálya – A média és én

Időkeret: körülbelül 100 perc

Sokféle médium bombáz minket információval nap mint nap. De melyiket választjuk, és hogyan befolyásol minket a média? Gondolkodjunk kritikusan!

Áttekintés

Ezen a pályán végighaladva a tanulók a média sokszínű és komplex világát tanulmányozzák. A tanulók először is megnézik saját „médiabuborékukat”, és elemzik saját médiahasználati szokásaikat. Ezt követően megosztják a válaszokat, és összehasonlítják azt a többiek médiafogyasztási szokásaival.



1. lépés Mit látok? (egyéni munka/páros munka/osztálymunka)

Írd le az első öt dolgot, amit a képen látsz! Mindössze 30 másodperced van rá.

Gyorsan írd le a válaszaid! Beszéljétek meg párokban, ki mit látott! Milyen szerepet töltenek be a képek a társadalomban? Vitassátok meg az osztályban!

Ez a gyors feladat azt mutatja meg a tanulóknak, hogy a különböző emberek különböző dolgokat látnak még akkor is, ha ugyanazt a képet nézik. A páros megbeszélés csak rövid bemelegítő feladat, ne tartson tovább néhány percnél.

A képeknek a társadalmakban betöltött szerepét vizsgáló kérdés filozofikusabb. Döntsük el, mennyi időt szánunk erre attól függően, hogy a tanulókat ez a kérdés várhatóan mennyire érdekli. Ez még a pálya eleje, úgyhogy a beszélgetések legyenek rövidek. A kérdésnek el kell gondolkodtatnia a tanulókat azzal kapcsolatban, milyen sokféleképpen használják a képeket.



2. lépés Médiatípusok (egyéni munka/osztálymunka)

Mindenki más médiát néz és hallgat. És mindenki másképpen határozza meg, mit ért médián.

Mit jelent számodra a „média”?

Nézzétek meg a válaszokat! Mit gondoltok, miért használt a csoportotok ilyen sok különböző szót? Most már meg tudjuk határozni mi is az „a média”? Vitassátok meg a szövegeket az osztályban!

Nincs helyes vagy helytelen válasz. Ha a tanulók nagyon különböző szavakkal állnak elő, érdemes megfontolni,

Mielőtt nekikezdünk

- Győződjünk meg arról, hogy a tanulók tudják, hogy válaszaik megosztásra kerülnek a csoportban. A gondolatok megosztása és megbeszélése a tanulási folyamat fontos része. Minden alkalommal, amikor a diákok bejelentkeznek a felületre, látni fogják a következő felugró üzenetet: Kérjük, vedd figyelembe, hogy a feladatok során adott válaszaid láthatóak lesznek a tanárod és diáktársaid számára.
- Mivel a megvitatott témák személyesek lehetnek, mérlegeljük, hogy az osztály légköre biztonságos-e és biztosak lehetünk-e abban, hogy a tanulók tisztelettel viselkednek egymás iránt. Amennyiben szükségesnek érezzük, beszéljük meg ezt a kérdést az osztállyal.
- Az esetek egy részében a tanulók csak akkor tudják folytatni a feladatot, ha egy vagy több választ megadnak. Más esetekben a tanulók csak akkor tudják folytatni a feladatot, ha az osztály többi része is megadta a válaszokat.
- A tanulókat segítenünk kell abban, hogy mennyi időt töltsenek el egy-egy lépéssel. A tanulókat és a rendelkezésre álló időt egyaránt ismerve hasznos lehet az időkereteket megadni. A pályák rövid, ráhangoló kérdésekkel kezdődnek. Érdemes az első feladatokkal töltött időt rövidebbre venni, hogy több idő maradjon a kérdések megvitatására később.
- Kutatás, vagy prezentáció készítése házi feladatként önállóan vagy kisebb csoportban otthon is megoldható.

Blended learning (kombinált oktatás)

A kombinált tanulásban egyszerre van jelen az online és az offline munka, ami lehetővé teszi, hogy a diákok mindkét tanulási környezetben a lehető leghatékonyabb módon tanuljanak. A tanulási folyamatot, mely az egyéni feladatok és az intenzív párbeszéd köré épül, erős figyelemmel kell kísérni.

Fontos, hogy a tanulók ne szaladjanak előre, tartsák a csoport tempóját. Hasznos lehet, ha a szövegek egy részét közösen olvassuk el és a videóklippek egy részét is közösen tekintjük meg. Hagyjunk elegendő időt a csoportmunkára és az egész osztályban való megbeszélésre.

hogy a válaszok csoportosításával is segítsünk nekik felismerni, hogy a média mennyire komplex kifejezés, melyet sokféleképpen használunk. A következő lépés során közelebbről is megvizsgálják majd azokat a médiumokat, melyeket ők is használnak, ezért most ne töltsünk sok időt azzal, hogy konkrét példákról beszélünk.



3. lépés Mi van a te buborékodban? (egyéni munka)

Milyen médiumok játszanak szerepet az életedben? Írj példákat a nyomtatott, az audiovizuális és a digitális médiára!

Milyen magazinokat és újságokat olvasol?

Milyen játékokkal játszol, milyen alkalmazásokat használsz, és milyen weboldalakat látogatsz meg?

Milyen tévé- és rádióműsorokat nézel vagy hallgatsz?

Öt példa számára van hely minden kategória esetén, de kérhetünk csak egy-két példát is. Ha a tanulók számára nem ismerős a "buborék" fogalma, hagyjuk, hogy megvitassák, mit is jelenthet ez a kifejezés, majd magyarázzuk el számukra, hogy a buborék egyszerre reprezentálja az ismert világ biztonságát, valamint a buborékban lévő (abból kitekinteni nem tudó) ember világméretű korlátait is.



4. lépés A buborékról (osztálymunka)

Nézzétek meg az összes választ! Vizsgáljátok meg, mennyiben hasonlítanak és különböznek a válaszaitok! Vitassátok meg a három szóelhőt! Kattintsatok a képekre egymás után!

Bizonyosodjunk meg róla, hogy a tanulók megvárják, amíg az osztályból mindenki beírja a választát, aztán vitassunk meg minden szóelhőt egymás után, vagy válasszunk ki egyet, amit részletesen megbeszélünk. Kérjük meg a tanulókat, hogy gondolják át, mi az, ami meglepi őket a szóelhőben, vagy mi az, ami felkelti az érdeklődésüket.



5. lépés Médiafogyasztás (egyéni munka)

Melyik médiával töltöd a legtöbb időt? Írj több különböző példát! Húzd a válaszaidat a grafikon megfelelő részéhez!

Ebben a lépésben a tanulók közelebbről is szemügyre veszik médiafogyasztási szokásaikat. A tanulók csak akkor haladhatnak tovább, ha az összes példájukat elhelyezték a grafikonon.

Néhány percre korlátozzuk annak átgondolását, hogy mivel töltik a legtöbb, illetve a legkevesebb időt.

Navigáció

A legtöbb tanulási útvonal több pályából áll. A tanár feladata, hogy kiválassza, hogy a tanulók melyik útvonalon és melyik pályán dolgozzanak. Minden pálya több lépésből áll. A legtöbb lépés több oldalt is tartalmaz – általában kérdés, információ és feladat tartozik hozzá, melyet párban vagy csoportban kell megoldani. A tanulók csak akkor léphetnek vissza egy oldalra, ha az ugyanahhoz a lépéshez tartozik. Ebben az esetben még egyszer ránézhetnek a kérdésre, vagy újra elolvashatják a szöveget. A vissza nyíl nem lépteti vissza a tanulókat az előző lépésre. Ha szükséges, a bal felső sarokban található legördülő menüben megnyitható az egész pályára vonatkozó navigáció.

Szófelhő

Kétféle szófelhőben gyűlnek össze a tanulók válaszai. Minden választ egyformán kezel a rendszer, de a szófelhőben a válaszok véletlenszerűen jelennek meg. Ez azt jelenti, hogy nem mindenki ugyanazokat a válaszokat látja. Általában több szó van, mint amennyi megjeleníthető a képernyőn. Hasznos módja a szófelhő megvitatásának, ha megkérdezzük, hogy van-e valaki a tanulók között, akit valamelyik szó meglepett vagy különösen érdekel. Moderátorként a tanár maga is csoportosíthat összetartozó szavakat.

Esetenként a szófelhő statisztikailag összegyűjti a tanulók véleményét és grafikonon vagy számmal kifejezve megjeleníti azt. Ez megmutatja, hogy az osztályban milyen különböző vélemények vannak, valamint megvitatásra javasolt témák is megjelenhetnek.

A válaszaikat elsőként beadó tanulók esetében a szófelhők meglehetősen üresek lesznek. Amikor az utolsó tanulók is beadták válaszaikat, mindenki frissítse a szófelhőt az annak jobb alsó sarkában található ikonnal.



6. lépés Szavahihetőség (egyéni munka/pármunka)

Melyik általad használt médiumot tartod a legszavahihetőbbnek, és melyiket a legkevésbé megbízhatónak? Húzd a számodra legmegbízhatóbb médiumot a céltábla közepébe! Miért tartod az egyik médiumot szavahihetőbb információforrásnak, mint a másikat?

A tanulók csak akkor haladhatnak tovább, ha az összes példájukat elhelyezték a grafikonon.

Dolgozzanak párokban, és beszéljék meg, miért tartanak bizonyos médiumokat szavahihetőbbnek és megbízhatóbbnak, mint másokat. Esetleg közös megbeszélést is folytathatunk az egész osztállyal.



7. lépés Befolyás (egyéni munka/csoportmunka kis csoportban)

Hallgasd meg, mit mond Shirel a média befolyásáról! Írj egy példát arra, szerinted téged hogyan befolyásol a média! Vitassátok meg a válaszaitokat kis csoportokban! Vizsgáljátok meg, milyen hasonlóságokat és különbségeket láttok a válaszaitokban, és azt is, miként alakítja a média a saját magunkról, illetve a világról alkotott képünket! Shirel a médiának a nők énképére gyakorolt hatásáról beszél. Azt javasoljuk, hogy a tanulók kis csoportokban beszéljék meg válaszaikat, így nagyobb eséllyel jut mindenki szóhoz, és talán elég biztonságban is érzik magukat ahhoz, hogy személyes példákat osszanak meg a többiekkel. Ne felejtsetek el, milyen kényes témáról van szó.



8. lépés A te buborékod (egyéni munka)

Minden nap megsűrjünk azt, mit engedünk eljutni magunkhoz a médiából. Ez nagyban meghatározza, hogyan látjuk magunk körül a világot. Buborékot teremtünk önmagunk körül, melyen belül megvan a komfortérzetünk, és amiben könnyen eligazodunk. Hozz példát olyan médiumokra, amelyek szerepet játszanak az életedben.

Ezt és a következő lépést egyben, egymás után kell végrehajtani. kell végrehajtani.



9. lépés Reflexió (egyéni munka/pármunka)

Nézd meg az összes buborékot! Keress három példát más buborékokban, melyek meglepnek, és klikkelj rájuk. Vitassátok meg párokban! Mit találtál meglepőnek mások buborékjában? Miért más minden buborék?

Szójegyzék

A szövegben a kiemelt szavak magyarázata a szójegyzékben található. A tanulók tudásszintjétől és érdeklődésétől, valamint a rendelkezésre álló időtől függ, hogy a szójegyzéket milyen alaposan használják. Mérlegeljük, mely kifejezéseket szeretnénk megvitatni az egész osztállyal annak érdekében, hogy meggyőződhesünk róla, hogy az adott kifejezéseket megértették.

Információ és utasítások

A képernyő jobb felső sarkában esetenként további információt és instrukciókat találunk (a megjelenő ⓘ ikonra kattintva). Erre mindenképpen hívjuk fel a tanulók figyelmét! Lesznek olyan helyzetek, amikor szükségük lesz ezekre az információkra ahhoz, hogy meg tudják oldani a feladatot.

Feliratok

Figyelmeztessük a tanulókat, hogy a videóklip megnézése előtt kapcsolják be a felirat funkciót.

Mit tudsz meg más emberek buborékjából?

A tanulók különböző érdeklődési köre és háttere megjelenik abban, hogy milyen médiumokat kísérik figyelemmel. Ha a példák nagyon eltérők, vagy épp ellenkezőleg, szinte egyáltalán nem térnek el egymástól, érdekes lesz megvitatni, milyen hatással van a média a tanulók világképére. Ne az osztály egészével beszéljük meg a válaszokat, mert az majd a következő lépés lesz.



10. lépés A buborék kipukkasztása (osztálymunka)

Milyen kihívásokkal szembesülünk akkor, ha mindannyian hasonló buborékban vagy ha mindannyian a másiktól különböző buborékban élünk?

Mit gondolsz, mi történne, ha egy hetet egy másik médiabuborékban töltenél?

Vitassátok meg az osztállyal!

A pálya lezárásához esetleg válasszunk ki egy kérdést és azt vitassuk meg az osztállyal.

2. Pálya – A hirdetések elemzése

Időkeret: körülbelül 100 perc

Mindenhol találkozhatunk hirdetésekkel, online és offline is. Van ennek valamilyen hatása arra, hogyan látjuk a világot és a minket körülvevő embereket? Ha igen, milyen hatása van?

Áttekintés

A tanulók megvizsgálják, hogyan használja a média a sztereotípiákat, és hogy a felhasznált sztereotípiák milyen hatással vannak arra, hogyan gondolkodnak az őket körülvevő világról. A diákoknak különböző reklámokat mutatunk, melyekből ki kell választaniuk egyet, amivel részletesebben foglalkoznak. Minden reklámban sztereotípiákra építenek.



1. lépés A természetes típus (pármunka)

Hallgasd meg, mit mond Hilga a média hatásáról! Vitassátok meg párokban! Miért zavarja Hilgát az, ahogyan bizonyos médiumok bemutatják a nőket? Egyetértesz vele?

Hilga példája jó kiindulópont ahhoz, hogy elgondolkodjunk, hogyan használják a sztereotípiákat a reklámokban.

2. lépés A randi (egyéni munka)

Nézd meg ezt a reklámot arról, hogyan randizik egy Holland pár a McDonald's-ban!

Milyen sztereotípiát használtak a reklám készítői?

Ha a tanulók nem tudják, hogy a hollandokat takarékosnak, sőt spórolósnak tartják, akik túlzottan óvatosan bánnak a pénzüikkel, meglátjuk, mivel állnak elő. Sokféle angol nyelvű kifejezés kapcsolódik ehhez a jelenséghez : going Dutch, a Dutch treat vagy a Dutch date mind arra utal, hogy a partnerek saját maguk fizetik a fogyasztásukat. Hasonlóképpen egy holland buliba mindenki maga viszi a saját italát.

Ez a könnyed bevezetés megmutatja, mennyire építenek a reklámok a nemzeti sztereotípiákra.



3. lépés A hirdető (egyéni munka)

A következő klipben a reklám készítői elmagyarázzák a szemléletmódjukat.



4. lépés A néző (pármunka)

A hirdetők azt mondják, hogy megváltozott a nézők hozzáállása a reklámhoz, amikor kiderült, hogy hollandok készítették azt. Ha egy „kívülálló” használ egy sztereotípiát, az érzékenyen érintheti az embereket.

Vitassátok meg párokban!

Miért van nagyobb hatással az emberekre, ha egy „kívülálló” használ sztereotípiákat?

Miért más, ha egy sztereotipizált csoport maga használja ezeket?

Az osztállyal történő közös megbeszélést tartjuk meg a következő lépéshez. A második klipet értelmezve világítsunk rá arra, hogy a sztereotípiák kényes kérdéseket érintenek, és igenis számít az, hogy milyen körülmények között, ki és hogyan használja őket.



5. lépés Vegyük észre a sztereotípiát (osztálymunka)

Vitassátok meg az egész csoporttal!

Az emberek mindenhol használnak sztereotípiákat. A sztereotípiákra épülő jelenetek, ruházat vagy viselkedés használata népszerű módja annak, hogy egy országot gyorsan beazonosíthasson a néző. Találj ki egy példát! A megbeszélés előtt kérjünk meg minden tanulót, hogy gondoljon ki egy példát. Ezen a ponton egyelőre korlátozzuk a példákat nemzetekre/országokra, a kisebbségeket egyelőre hagyjuk ki.

A sztereotípiák túlzottan leegyszerűsített képeket használnak. Nehéz megmondani, mikor válik egy sztereotípiát előítélletté. Vitassátok meg, mitől lehet egy sztereotípiát bántó vagy káros!

A tanulási útvonal középpontjában a sztereotípiák állnak. A szakértők nehezen határozzák meg pontosan, mi különbözteti meg egymástól a sztereotípiát és az előítéletet. Használjuk a szójegyzéket a kifejezések értelmezéséhez.



6. lépés Elfogadjuk vagy sem? (csoportmunka kis csoportban)

Kis csoportokban vizsgáljatok meg alaposan néhány hirdetést! Vannak közöttük újak és régiek is. A csoport válasszon ki egy hirdetést!

A hirdetések szexista, antiszemita, rasszista, romaellenes, és LGBTQ+-ellenes képeket használnak. Fontos belátni, hogy a képek egy része bántó lehet, bár a vélemények ebben is eltérhetnek. Az alábbi kérdések segítik a tanulókat abban, hogy alaposan át tudja gondolni a képekről alkotott véleményét.

Milyen sztereotípiát használ fel ez a kép?
Hogyan jelenik meg a sztereotípiát? Jellemezték a képet!



7. lépés Osszátok meg, és hasonlítsátok össze (csoportmunka kis csoportban)

Alakítsatok csoportokat úgy, hogy az új csoportban az előző csoportok mindegyikéből legyen egy ember. Vitassátok meg a képeket!

Ki volt a hirdetés célcsoportja?
Milyen hasonlóságokat és különbségeket fedeztetek fel?
Mit mond ez nektek?

Minden csoportban legyen legalább három ember, akik különböző példákat tanulmányoztak. A kérdések alapján kell összehasonlítaniuk a hirdetéseket.



8. lépés Az alkotók (egyéni munka/osztálymunka)

Sorolj fel három olyan magyarázatot, amiért a reklámok megalkotói sztereotípiákat használhatnak!
Vitassátok meg az osztállyal!

Miután a tanulók egyénileg megválaszolták a kérdéseket, a címkéfelhő segítségével tarthatunk egy záró megbeszélést az egész osztállyal. Jó ötlet lehet megvitatni a különböző kereskedelmi- és közintézmények szerepét a sztereotípiák erősítésében azokon a reklámokon keresztül, melyeket útjukra bocsátanak a világban.

3. Pálya – Média és manipuláció

Időkeret: körülbelül 45 perc

A tények, a módszerek és az érzelmek minden médiában megjelenő történetben központi szerepet töltenek be. Segítenek nekünk abban, hogy reflektálni tudjunk a valóságra. De a különböző médiumokban megjelenő történetek és képek gyakran kötődnek bizonyos ideológiához, vagy a háttérükben kereskedelmi szándék bújjik meg. Szóval, mikor jutunk információhoz, és mikor manipulálnak minket? Vizsgáljunk meg néhány propagandafogást és azokat a módszereket, melyekkel mások befolyásolni szeretnék a valóságglátásunkat!

Áttekintés

A tanulók megvizsgálják, hogyan használják a sztereotípiákat a médiában, és hogy ezek a sztereotípiák hogyan befolyásolják az őket körülvevő világról alkotott véleményüket. A tanulók különböző reklámokat néznek meg, és kiválasztanak ezek közül egyet, melyet közelebbről is tanulmányozni fognak. A hirdetések mindegyike sztereotípiákat használ.



1. lépés Mit tudsz? (egyéni munka/osztálymunka)

Mit tudsz a propagandáról?

Miután a tanulók egyénileg válaszoltak a kérdésre, a szófelhő segítségével röviden megbeszéljük az osztállyal is. A kérdés újra előkerül a pálya végén, így a tanulók lehetőséget kapnak, hogy felmérjék, milyen új információkhoz jutottak és milyen új látásmóddal gazdagodtak.



2. lépés Propaganda régen és most (egyéni munka)

Válassz ki egy propagandaképet!

A tanulók kiválasztanak egy olyan képet, ami felkeltette az érdeklődésüket. A példák az antiszemitizmussal, a rasszizmussal és a cigányellenességgel foglalkoznak.



3. lépés Láss-gondolkozz-kérdezz (egyéni munka)

Nézd meg a képet alaposan, és mindhárom kérdésre adj választ néhány szóban!

Mit látsz?
Milyen gondolatok jutnak eszedbe a kép láttán?
Milyen kérdések merülnek fel benned?

Ez a látható gondolkodáshoz kapcsolódó rutin segít a tanulóknak alaposan szemügyre venni a képet, és átgondolni, mit is látnak rajta. A kérdések megválaszolása után háttérinformációt kapnak a képekhez.



4. lépés Módszerek és eszközök (pármunka/osztálymunka)

A propaganda sokféle formában és alakban jelenhet meg, de különböző módszerekkel és technikák befolyásolhatja az embereket.

Érzelemvezérelt

A propaganda az emberek érzelmeire hat, hogy felkavarja őket. A sikeres propagandista ért hozzá, hogyan szabja személyre az üzeneteket pszichológiai eszközökkel ahhoz, hogy olyan felfokozott állapotot teremtsen, mely elnyomja a kritikai gondolkodást a közönségben.

Érzékeny

A hatékony propaganda olyan üzeneteket közvetít, mely vonzó a célcsoport tagjainak számára. A propagandista hatást gyakorolhat faji vagy etnikai identitásunkra, családi vagy közösségi hovatartozásunkra, a hobbinkra, a meggyőződésünkre és az értékrendünkre, de még a jövővel kapcsolatos álmainkra is.

Leegyszerűsített

A propaganda ugyan olykor tényeket is felhasznál, de ugyanígy használ fél igazságokat, véleményeket és hazugságokat. A sikeres propaganda egyszerű történetekkel dolgozik, melyek ismerősek, és melyekben megbízunk, és gyakran használ szónoki fogásokat, valamint ismétlést, hogy természetesnek vagy igaznak tűnjön mindaz, amit állít.

Támadó

A propaganda a politikai vagy társadalmi ellenfelek zaklatásának vagy becsúszásának eszköze is lehet, mely kétségeket ébreszt a legitimitásukban, a szavahihetőségükben és az elképzeléseik pontosságában, vagy akár karakterükben is.

Forrás:

<http://propaganda.mediaeducationlab.com/techniques/>

Dolgozzatok párban, és válasszatok ki egy képet!

Milyen érzelmek jelennek meg a képen?

Ki lehet a célközönség?

Mi teszi az embereket befogadóvá ennek a képnek az üzenetére?

Vitassátok meg az osztállyal, mikor tekintetek valamit propagandának!

Miután a párok alaposan tanulmányozták az általuk választott példát, gondolatokat gyűjtenek a propaganda természetét illetően. Kapcsoljuk ezeket össze a módszerekkel, melyeket megismertettünk a tanulókkal.



5. lépés A propaganda ma (egyéni munka/pármunka)

Válassz ki egy mostani képet a médiából, amit propagandának neveznél!

Nyomtasd ki egy képet az internetről, vagy készíts fotót az utcán!

Vitassátok meg párokban!

Magyarázd el az általad választott példát, és hogy miért ezt választottad! Indokold, miért tartod ezt propagandának!

Esetleg érdemes ezt házi feladatnak feladni. A tanulók a példákat párokban vagy kis csoportokban is megbeszélhetik, és azokat be is mutathatják az osztálynak.



Séta a galériában (osztálymunka)

A propaganda milyen formáit használhatják manapság? Mi a propaganda célja? Mindig sikeres a propaganda? Mondd el, miért!

Séta a fotogalériában

Rendezetek kiállítást a képekből! Felváltva mutassátok be a képeiteket egymásnak! Gondoljátok végig, hogyan lehetne csoportosítani a képeket!

Bizonyosodjunk meg arról, hogy a tanulók megértették, hogy az általuk választott példákat bemutatják egymásnak. A séta a galériában egy megbeszélési technika, mely a tanulók aktív részvételére épít. Sokféle formája létezik.

Vezethetünk online sétát is (számítógépen). Gondoljuk át, mire van lehetőség a rendelkezésre álló térben és időben.



6. lépés Mit tudsz MOST? (egyéni munka/osztálymunka)

Nézd meg a szófelhőt a feladat elejéről!

Mit tudsz most a propagandáról?

Vitassátok meg az osztállyal!

Miután a tanulók kiegészítették a szófelhőt az új gondolataikkal, vitassuk meg az osztállyal, hogy most jobban értik-e a propaganda lényegét: azt, hogy milyen módszerekkel dolgozik és azt, hogy miért fogékonyak rá az emberek.